

Дідченко О.І., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки підприємства
Мануїлова І.О.
Запорізька державна інженерна академія
innavelton@mail.ru

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дідченко О.І., Мануїлова І.О. Оцінка конкурентоспроможності промислового підприємства. В статті розглянуто сучасні підходи та методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства та формулювання принципів оцінювання показників конкурентоспроможності.

Дидченко О.И., Мануилова И.А. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия. В статье рассмотрены современные подходы и методики оценки конкурентоспособности предприятия и формулирование принципов оценки показателей конкурентоспособности.

Didchenko O.I., Manuilova I.A. Evaluation of the competitiveness of industrial enterprises. The paper considers current approaches and methodologies evaluation enterprise competitiveness evaluation and formulation of principles of competitiveness indicators

Вступ. У сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств процес оцінювання конкурентоспроможності перетворюється на самостійну ділянку аналітичної роботи, результати якої можна використовувати як інформаційну базу під час прийняття управлінських рішень з низки стратегічних питань, у процесі планування інноваційної та продуктової політики підприємства, а також під час формування механізму управління конкурентоспроможністю продукції, визначення її резервів та посилення конкурентних позицій в обраних стратегічних зонах бізнесу.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства сьогодні виступає важливим елементом забезпечення ефективного ведення діяльності та передумовою здобуття стійких конкурентних переваг у довготерміновій перспективі. Сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, визначені у процесі оцінювання конкурентоспроможності, дають змогу виявити та мобілізувати приховані можливості для отримання вигідних позицій на ринку. Також оцінювання конкурентоспроможності підприємства є важливою процедурою під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності та виходу на зарубіжні ринки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження проблем оцінювання конкурентоспроможності підприємств внесли такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Портер М., Сакс Д., Антонюк Л., Амоша О., Воронкова А., Довгань Л. Є., Каракай Ю. В.,

Артеменко Л. П., Євдокимова Н. М., Кірієнко А. В., Рибницький Д.О. Городня Т.А, Горбачук Ю.А. , Кушнір Н.Б., М. Чумаченко, Р. Фатхутдінов та ін.

Недостатнє дослідження складових конкурентоспроможності підприємств та відсутність єдиного підходу до визначення її рівня обумовлює актуальність та доцільність обраної теми дослідження.

Мета роботи: розглянути сучасні підходи та методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства та формулювання принципів оцінювання показників конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу: Відповідно до ст.1 чинного Закону України «Про захист економічної конкуренції», економічна конкуренція (конкуренція) - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [1].

Державне регулювання промисловості в кінцевому підсумку спрямоване на підвищення конкурентоспроможності держави, про що свідчить низька законів [2-4].

На думку вчених Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П., конкурентоспроможність — це здатність об'єкта, що характеризується мірою реального чи потенційного задоволення ним певної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на певному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами. Конкурентоспроможність організації може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображує ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів [5, с.171].

За визначенням Євдокимова Н.М. та Кірієнко А.В. - поняття конкурентоспроможності підприємства, незважаючи на досить широке його використання, є складним і трактується неоднозначно та має відносний характер, тобто конкурентоспроможність означає наявність переваг у підприємства порівняно з конкурентами у масштабах певного галузевого ринку. Виходячи з економічної природи конкурентоспроможності, її не можна розглядати як щось статичне [6, с.28].

Конкурентоспроможність підприємства забезпечується, як відомо, досягненням і розвитком конкурентних переваг, які виникають в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства. Дія конкурентних переваг відбувається у конкретних умовах, різними є причини їх появи чи зникнення. Більше того, вплив одних і тих самих чинників може посилювати чи послаблювати одну й ту саму перевагу. Тому при дослідженнях конкурентних переваг необхідно дотримуватись системного підходу [6, с.28].

Конкурентоспроможність підприємства є агрегованим показником потенційних можливостей усіх структурних одиниць та елементів потенціалу підприємства, а також його здатності оперативно реагувати та пристосовува-

тися до чинників мінливого зовнішнього середовища. Потрібно зазначити, що єдиної методики оцінки конкурентоспроможності підприємства на сьогодні немає, що зумовлено передусім неоднозначністю трактування самого поняття конкурентоспроможності. Визначення конкурентоспроможності підприємства може проводитися з використанням якісних та кількісних методик оцінювання.

Якісні методи оцінювання здебільшого мають низький рівень математичної формалізації, їм властива трудомісткість реалізації та дискретність оцінки. Вони не дають можливості використовувати оцінку конкурентоспроможності в процесі аналізу та визначення пріоритетних напрямів посилення конкурентних позицій на ринку. Кількісні методи дають змогу оцінювати реальні шанси суб'єкта господарювання у конкурентній боротьбі за привабливі стратегічні зони господарювання та приймати виважені, з тактичного та стратегічного погляду, управлінські рішення.

На основі аналізу наукових праць у сфері оцінки конкурентоспроможності підприємства всю сукупність методів оцінювання можна об'єднати у групи:

Підходи на основі традиційного методу оцінювання конкурентоспроможності товару. Методи цієї групи передбачають розрахунок одиничних і групових показників. На першому етапі оцінювання виділяють найбільш важливі для споживача характеристики товару: споживчі та економічні. На основі порівняння характеристик базової моделі та досліджуваного зразка визначають одиничні показники конкурентоспроможності. Далі всередині кожної групи критеріїв здійснюють ранжування показників за ступенем їхньої значущості для споживача. Потім розраховують групові показники зведеного індексу конкурентоспроможності за споживчими та економічними властивостями та інтегральний показник конкурентоспроможності продукції. Загальний показник конкурентоспроможності має такий вигляд:

$$K_{заг} = Q_{я} / Q_{ек},$$

де: $Q_{я}$ - груповий критерій конкурентоспроможності за якісними параметрами; $Q_{ек}$ - критерій конкурентоспроможності за економічними параметрами.

Якщо загальний коефіцієнт конкурентоспроможності товару більший за одиницю, то цей товар вважають конкурентоспроможним на ринку. Традиційний метод має певні вади:

а) під час розрахунків параметрів конкурентоспроможності враховуються лише якість та ціна виробу. Неврахованим залишається низка показників, які також можуть мати вплив на конкурентоспроможність продукції, зокрема організація та ефективність маркетингової діяльності, стан основних та оборотних засобів, показники фінансового стану підприємства та інші;

б) метод враховує якісні та економічні параметри продукції, але не бере до уваги спосіб задоволення потреби споживача, що є важливою складовою конкурентоспроможності продукції;

в) метод не дає змоги прогнозувати зміну конкурентоспроможності у перспективі;

Матричні методи, в основі яких лежить побудова та аналіз двовимірних матриць. Ці матриці будуються за принципом системи координат, на одній з осей якої позначають показники оцінювання стану або перспектив розвитку ринку, галузі, стратегічної зони господарювання, а на іншій - показники конкурентоспроможності відповідних їм напрямів бізнесу. Найвідомішим матричним методом є матриця Бостонської консалтингової групи (The Boston Consulting Group), в основі якої лежить аналіз конкурентоспроможності з врахуванням життєвого циклу продукту. По горизонталі цієї матриці відкладаються темпи зростання чи скорочення обсягів продажу в лінійному масштабі, а по вертикалі - відносна частка товару чи послуги на ринку. При цьому найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, які займають значну частку на швидкозростаючому ринку.

Цей метод має такі перевагами:

- а) за наявності релевантної інформації про обсяги продажу дає змогу отримати достовірну оцінку конкурентоспроможності;
- б) простота у застосуванні та визначенні частки на ринку і темпів зростання ринку;
- в) придатний для аналізу взаємодії між різними напрямками діяльності підприємства та для різних стадій розвитку кожного напрямку діяльності.

Також варто виділити і вади:

- а) оцінювання конкурентоспроможності здійснюється лише за двома характеристиками;
- б) відносна частка на ринку не завжди об'єктивно характеризує конкурентний статус підприємства;
- в) усуває можливість аналізу причин, й цим ускладнює прийняття управлінських рішень;

Маркетинговий підхід, який передбачає врахування не лише вимог споживача до характеристик продукції, а й оцінювання сукупності чинників, які визначають ефективність усієї маркетингової діяльності підприємства загалом. До таких чинників належать оперативність системи постачання, організація сервісу та гарантійного обслуговування, репутація підприємства та інші.

У межах цього підходу виділяють такі етапи оцінювання: визначення вимог споживачів щодо якісних та економічних характеристик продукції; оцінка конкурентоспроможності продукції на основі обраних споживачами характеристик; оцінка конкурентоспроможності маркетингової діяльності підприємства порівняно з конкурентами; формулювання висновків про конкурентоспроможність товару та обґрунтування заходів щодо її підвищення [6].

Важкою рисою маркетингового підходу є трудомісткість збору необхідної для аналізу інформації, а також застосування у процесі оцінювання характеристик товару та критеріїв його конкурентоспроможності методів експертних оцінок, які зумовлюють досить високий рівень суб'єктивності отриманих оцінок. Перевагами методу є врахування ефективності всієї системи маркетингу на

підприємстві, а також можливість прогнозування рівня конкурентоспроможності на майбутнє;

Виробничий підхід, який базується на оцінюванні показників рентабельності продажу конкретної продукції та її ринкової частки. Згідно із цією методикою, більш конкурентоспроможним є той товар, рентабельність продажу та ринкова частка виробника якого є більшою. Інтегральний показник конкурентоспроможності розраховується для множини товарів і кожному з них присвоюється певний ранг. Перевагою цього підходу є те, що в процесі оцінювання виявляють ті напрями діяльності та товарні позиції, які приносять підприємству найбільший прибуток, що в свою чергу допомагає у прийнятті стратегічних рішень у сфері збутової політики. Вадюю є те, що оцінювання не охоплює аналізу причин не конкурентоспроможності продукції [7, с.227].

Таблиця 1.1 - Класифікація етапів розвитку методології конкурентоспроможності

Ознаки класифікації	Загальна еволюція розвитку		
Етапи розвитку ринку	Неорганізований	Монополізований	Ринок обмеженої монополії
Конкурентні моделі	Модель досконалої конкуренції	Моделі чистої, монополістичної, олігополістичної конкуренції, чистої монополії	Модель регульованого ринку
Теоретичні засади формування конкурентоспроможності	Класична школа політекономії	Неокласична школа	Неокласичний синтез
Базисні складові теорії конкурентоспроможності	Теорія порівняльних витрат	Теорія порівняльних переваг	Теорія конкурентних переваг
Форми регульованого ринку	Сучасний етап розвитку		
	Послаблене державне регулювання	Посилене державне регулювання	Системно-регульований ринок
Напрями розвитку теорії конкурентних переваг	Ринковий	Ресурсний	Інтегровано-збалансований
Теоретичні підходи	<u>неокласичний</u> - монетаристська теорія	<u>кейнсіанський</u> - структуралістська теорія	<u>системний</u> - кластерна теорія
Методи аналізу конкурентоспроможності	- модель М.Портера; - аналіз стратегічних груп; - метод LOTS	- аналіз потенціалу; - фінансово-економічний; - ланцюговий аналіз «створення вартості»	- SWOT-аналіз; - регіонально-економічний; - кластерний аналіз

Дослідження сутності та взаємозв'язку основних складових методології конкурентоспроможності підприємств показало, що мають місце неоднозначність трактувань пов'язаних з цим термінів, відсутність їх чіткого розмежування. В історичному вимірі теорія конкурентних переваг, яка прийшла на зміну теорії порівняльних переваг, обумовила основні закономірності та тенденції розвитку конкурентоспроможності як одного з елементів ринкового механізму господарювання (табл. 1.1).

Представники різних течій сучасної західної економічної думки, в тому числі монетаристи, структуралісти та прихильники економіки пропозиції, суттєво відрізняються в поглядах на чинники динаміки конкурентоспроможності економіки в умовах глобальної конкуренції. Це дозволяє визначити історичну зміну таких підходів, яку відображає класифікація етапів розвитку методології конкурентоспроможності (табл. 1.4).

Аналіз розвитку методології конкурентоспроможності дає можливість виділити конкурентоспроможність підприємства як важливий атрибут ринкової економіки в структурі національної конкурентоспроможності, досягнення якої можливо через забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Використаємо метод, запропонований авторами Горбачук Ю.А. та Кушнір Н.Б. [8, с. 45-46]. Методика оцінки конкурентоздатності підприємства дозволяє інтерпретувати оцінку конкурентоздатності як геометричну фігуру, що служить кількісною мірою стабільності конкурентного стану підприємства. Стабільність такої геометричної фігури характеризує реальне конкурентне ставлення підприємства.

Багатокутник конкурентоздатності може слугувати основою для побудови імітаційної моделі ринкової рівноваги в умовах конкурентного суперництва товаровиробників. Це основа, що складається з векторів-променів, і буде визначати ступінь потенційної конкурентоздатності підприємства.

Частка ринку є важливим показником, величину якого необхідно визначати й прогнозувати. Цей показник є ключовим при оцінці конкурентної позиції підприємства. Оскільки суб'єкт господарювання із високим показником ринкової частки більше впроваджує і реалізує продуктів, то собівартість одиниці продукту цього підприємства нижча порівнянно з конкурентами. Позиції підприємства з більшою часткою ринку в конкурентній боротьбі кращі.

Досягти конкурентних переваг і зміцнити свої позиції підприємство може за рахунок:

забезпечення більше низьких витрат на виробництво й збут товару;
забезпечення незамінності продукту за допомогою диференціації.

Обчислення об'єму піраміди характеризує реальний результат оцінки конкурентоздатності підприємства, тобто величина цього параметра визначає кількісну оцінку конкурентоздатності. Основу піраміди формують шість векторів-променів, що визначають внутрішню конкурентоздатність підприємства, величину якої можна розрахувати таким способом:

$$P_{\text{кон}} = \frac{1}{2} \cdot \sin \alpha \cdot (K_1 \cdot K_2 + K_2 \cdot K_3 + \dots + K_6 \cdot K_1),$$

де $P_{\text{кон}}$ – площа основи піраміди (багатокутника конкурентоспроможності продукції); $\sin \alpha$ – кут між векторами в багатокутнику (основі), оскільки векторів у моделі шість, то кут буде дорівнювати 60° .

Кожний вектор у своєму граничному значенні являє собою радіус кола, що відповідає максимальному значенню (ідеальний варіант) оціночного показника (рисунок 1).

Використовуючи параметри внутрішньої конкурентоспроможності підприємства $P_{\text{кон}}$ і результуючого параметра H , перетворимо запропонований вираз, тоді кінцева формула оцінки конкурентоспроможності підприємства матиме такий вигляд:

$$E_K = \frac{1}{3} \cdot \Pi_{кон} \cdot H,$$

де E_K – оцінка конкурентоспроможності промислового підприємства.

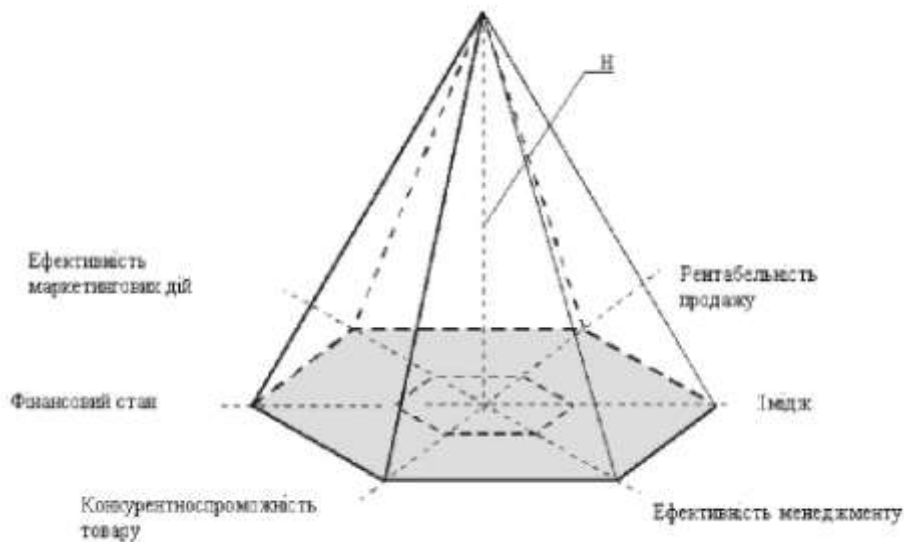


Рисунок 1 - Графічна інтерпретація моделі оцінки конкурентоздатності промислового підприємства [8, с. 45-46]

Як відзначалося раніше, склад врахованих у моделі факторів та її структура можуть бути піддані коректуванню у процесі вдосконалювання моделі. Універсальний характер розглянутої моделі дозволяє варіювати номенклатуру оцінюваних параметрів, виходячи з інформаційних можливостей, рівня кваліфікації приваблюваних експертів, ступеня спеціалізації виробництва.

Такий методичний підхід дає можливість аналізувати вплив окремих факторів, що забезпечують конкурентне положення підприємства на ринку, а також оцінювати можливі наслідки їхньої зміни в майбутньому.

Узагальнивши досвід сучасних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства, можемо сформулювати низку методологічних принципів оцінювання конкурентоспроможності:

1. У процесі оцінювання конкурентоспроможності підприємства необхідно використовувати як індивідуальні, так й інтегральні показники. Індивідуальні показники дають змогу оцінити конкурентоспроможність за окремими напрямками і компонентами. Інтегральні ж показники доцільно використовувати у процесі прийняття стратегічних рішень у галузі збутової діяльності та виходу з наявною продукцією на неосвоєні ринки.

2. Формування індивідуальних показників конкурентоспроможності доцільно здійснювати з використанням еталонного методу. Перевагою його використання є можливість послідовного оцінювання конкурентних позицій підприємства у межах окремих елементів та напрямів діяльності на основі зіставлення досягнутих підприємством значень з еталонними для цієї галузі чи ринку показниками.

3. Склад показників оцінювання конкурентоспроможності повинен охоплювати не лише сукупність споживчих та економічних характеристик

продукції, а й відображати ефективність виробничої системи підприємства загалом, її гнучкість у процесі адаптації до ринкових умов та дій конкурентів, здатність максимально ефективно задіяти наявний потенціал у конкурентній боротьбі [7, с.230].

Висновки: Проведений аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності дозволяє стверджувати, що до сьогодні не існує єдиного методичного підходу визначення рівня конкурентоспроможності підприємств. Крім цього можна визначити суттєві недоліки розглянутих методів:

- апробовані у зарубіжній практиці методи оцінки конкурентоспроможності не завжди можна застосувати до вітчизняних підприємств: по-перше, дуже різні ринкові умови функціонування підприємств, а по-друге, не завжди на підприємстві можна одержати необхідні для розрахунків дані через різницю управлінського обліку;

- використання того чи іншого підходу інколи неможливо застосувати через висунуті обмеження або трудомісткі розрахунки;

- деякі підходи аналізують конкурентоспроможність підприємства однобічно.

У зв'язку з цим необхідна розробка нового об'єктивного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємств. На наш погляд, він повинен ґрунтуватись на розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності. Проте існує об'єктивна складність оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства єдиним інтегральним показником, яка полягає в тому, що він узагальнює низку часткових показників. Для вирішення цього завдання доцільно використовувати метод експертних оцінок.

Список літератури:

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції»: від 11 січня 2001 року №2210-III / Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – С.64.

2. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»: від 7 червня 1996 року №236 / Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 36. – С.164.

3. Закон України «Про Антимонопольний комітет України»: від 26 листопада 1993 року №3659-XII / Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 50. – С. 472.

4. Закон України «Про природні монополії»: від 20 квітня 2000 року N 1682-III / Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 30. – С.238.

5. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: Навчальний посібник. — К. : Центр учбової літератури, 2009. - 440 с.

6. Євдокимова Н. М., Кірієнко А. В. Економічна діагностика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2005. — 110 с.

7. Рибницький Д.О., Городня Т.А. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства // Науковий вісник НЛТУ України. - 2010. - Вип. 20.9, С.227-233

8. Горбачук Ю.А. , Кушнір Н.Б. Економічна діагностика: Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення. – Рівне, НУВГП, 2007. - 176 с.

Ключові слова: аналіз, діагностика, економіко-математичні моделі, експертна процедура, конкурентоспроможність, оцінка, система прийняття рішень.

Ключевые слов: анализ, диагностика, экономико-математические модели, экспертная процедура, конкурентоспособность, оценка, система принятия решений.

Key words: analysis, diagnosis, economic and mathematical models, expert procedure competitiveness evaluation, decision-making system.

Надійшла до редакції 11.03.2013 р.